

感动的力量

刘凯



怎样把它转化成一种策略,使之贯穿到节目中,让每个节目能真实触动所有人的内心,这才是难点。

这将是一个怎样的颁奖仪式呢?从整个创作团队的核心看,他们都是新手,但也是高手中的高手。2002年,他们就是在这种两个极端的矛盾中合作的。他们的确是第一次涉足晚会领域,他们足够谦虚,以一个新手的态度向每个人学习,但是他们又很坚持,对自己看好的内容非常坚定,这种坚定的执拗特别像个中老手。争执中,总导演和制片人作了一些分工,在别人负责的领域,你只有建议权,但对自己的领域要完全地负责。

制片人和总导演的分工是:朱波确定候选人,并负责主持人致辞、采访,最后的颁奖词等等;而晚会语言和内容的东西,包括音乐、灯光、舞美的设计,这都是樊馨蔓负责。

节目的形态也在争论中定下了轮廓。颁奖典礼中外皆有,但《感动中国》与所有的颁奖礼都不大一样。西方的颁奖通常是娱乐界的最爱,电影、电视、流行歌曲各种奖项争奇斗艳,可无论是形式还是内容,都不能借鉴。国内有类似的项目,但多数是专业领域内完成,如最有影响的《CCTV 年度经济人物》颁奖,也才不过一年的历史。而《感动中国》与众不同,它所涉及的是人的精神和道德层面,晚会所要涵盖的主题和情绪之多、之广、之复杂,是别的颁奖所无法替代的。表现一种情绪不是难事,难的是十个人十种情绪,而且你还要完成平顺的转换。当然,还有条件的限制。《感动中国》不是奥斯卡,不是艾美奖,它没有那么多钱,没有那么大阵仗,但是所要表现的内容偏偏比这些奖项要多十倍。

樊馨蔓的思路就总是在这些人之间跳来跳去。她总是拿起电话,向一个人解释音乐的节奏,然后再拿起电话,听另外一个人讲灯光的色彩和塑造。电话不断地响,她就在自己的耳朵和眼睛之间跳。

节目形态也最终确定下来——“四段式”庆典结构:人物故事短片播放,现场采访,宣读推荐词和颁奖词,为获奖者颁奖。

播放人物短片,因为这是电视节目,必须发挥电视之长。把一个人的一生或者几十年浓缩在5—7分钟的电视片里。而拍摄短片表现人物,也恰恰是这个团队的长项。

19.严密监视着美军的一举一动

金队长接过照片,用打火机的火一照,大吃一惊,原来这是自己家里的一张合家福的照片,照片里有四个人:一个是阿妈妮韩芝美,一个是小荣基,一个是他自己,一个是朴信玉!他连忙问:“你,你这是哪里得到的?”“阿妈妮送我的。”李志强接着把自己如何认识他一家的情形以及阿妈妮让他找儿子的事都说了一遍。“啊!志愿军道睦,我们真是自己人!”于是,金朴根和李志强热烈地拥抱起来,如同久别重逢的老战友一般。

其他几个游击队员,见此情形也异常振奋。一个持手枪的游击队员还向李志强当面道歉刚才对他的唐突、失礼。“今天能遇到你太好了!我正要跟前方的志愿军取得联系呢。”金朴根说。“有什么事?”“听说前方要打一次大战是吗?”“是呀!”“我们在这一带活动,已坚持几个月了,炸桥梁,袭击敌人汽车,破坏敌军火药库,还潜入过美军第五航空大队的飞机场破坏过他们的飞机。但我们只是自己孤立的活动。我们一直想和前方的朝鲜人民军和中国人民志愿军取得联系,想配合作战。这回有机会了。”

“你想去找我们首长?”“是的。我想马上去。”“好哇!这回我们要并肩作战了——我把这消息告诉阿妈妮,她会笑出眼泪的。”李志强紧紧地握着金朴根的手,说:“这里离前线多远?”“二十多公里!若不下暴雨,敌人的车辆在这里来往可频繁哩。”“你能不能当向导,引我的汽车冲过敌占区?”“行。我也正想和志愿军取得联系,这回有了你引荐,我们和志愿军领导联系更方便了。”

金朴根向一个持短枪的同志交代一下,让他暂时指挥游击队,自己决定带一个战士跟李志强一起去和前线志愿军取得联系。为了路上安全起见,金朴根决定他自己、李志强和跟随的一个游击队员,都化装成伪军,由他本人扮成伪军少校,就驱车奔驶前线来了。

约摸开了五六分钟,发现前面的公路上有一辆汽车抛锚,车上有十来个美国兵叽哩哇啦地在骂娘,原来他们是美军第五航空队由西里普上尉率领的一队航空兵和机场勤杂人员。因汽车司机醉酒恍恍惚惚的,加上夜晚迷路而汽

车发动机又发生故障而滞留在深山里,一看后面有车子来,在车下的几个美国兵持着卡宾枪来拦汽车:“哈啰,快把车停下来!”

李志强本想开快车冲过去,又怕这样万一出事,自己牺牲倒不在乎,而影响游击队配合前方作战的事,问题就大了。他征求了金朴根同志的同意,便把车停了下来。

“哈啰,你们往哪里去?”一个美国兵问。“上前线!”金朴根说。“别管他到哪里,伙计们,快上!”西里普喝道。坐在抛锚车上的十几个美军纷纷跳下车,乱糟糟地爬上李志强的汽车。“不行!我们有任务!”金朴根说。“有任务也不行!”西里普上尉说,“混蛋,你没看到我们的汽车抛锚么?”一个中尉模样的美军问:“你们是哪个部队的?长几颗脑袋?”“白虎团的。”“黑虎团的都不行!告诉你,我们是美国王牌空军第五航空大队的,连你们李承晚总统见了我们都点头哈腰的,你还敢不听话?”西里普上尉像凶兽一样咆哮着。

车子上的十几个美军也骚动起来了:“妈的,再不开,就揍了他!”“用汽油烧,用机枪扫,看他这辆汽车还跑得掉?”李志强分析一下,再跟他们纠缠下去没有好结果,向金朴根使了一个眼色,金朴根领会了他的意思。“可以载你们去,但你们要听我的指挥,不要在车里乱说乱动。”西里普等官兵巴不得离开这无遮无掩的深山里,连连说:“OK,OK!”

李志强一发动马达,开着大灯向前疾驶而去了。金朴根和游击队员怀里揣着手枪,严密地监视着这些美军的一举一动。路上只听见美军叽哩哇啦地在胡吹乱嚷。李志强和金朴根恨不得当场惩罚这些恶棍,但情况不允许,他们只得强按捺住性子。李志强在心里暗暗骂:“狗强盗,你们恶贯满盈的日子到头了,看你们还能横行到几时?!”雨在下着,车子开得更快了。此刻,汽车离前线只有里把路了,为了趁雨天冲过去,李志强突然闭熄车灯行驶,那几个美军吵嚷起来了:“妈的,你关熄车灯行驶干吗啊?”“你们知道吗?听说这一带山上有游击队,你们要开灯,不是要找死吗?”美军们慌做一团。西里普上尉说:“大家熬一下,不要再出声了!”

于是车厢里鸦雀无声。

王 婧



国美发布未来三年战略规划 线上线下载协同发展

12月25日,国内超大的电器及消费电子产品零售连锁企业国美在京召开未来发展战略及新品牌形象代言人发布会,正式公布了2013年—2015年企业战略规划,以及以“信”为核心的品牌理念和企业文化。国美表示,企业未来发展战略、品牌理念、企业文化都将以满足消费者和客户需求为导向,以多方共赢为基础,推进线上线下协同发展的核心战略。在线下实体店重点围绕一级市场优势地位巩固和开发二级市场,线上寻求可盈利电商渠道业务模式,与供应商合作共同优化供应链,打造低成本高效率平台等方面有序推进,实现企业由内而外的品牌升华。

国美总裁王俊洲,高级副总裁魏秋立、李俊涛、牟贵光、何阳青、宿献华,海尔集团执行副总裁周云杰、创维集团CEO杨东文、康佳集团总裁陈跃华、长虹多媒体产业集团董事长林茂祥、乐金电子(中国)执行总裁宋教瑛等与国美合作多年的几十家制造企业高层,共同出席了本次会议,现场见证了这一行业发展的重要时刻,并就未来中国家电零售的发展进行了广泛探讨。

经营展望：实现线上线上协同发展

作为较早发展起来的大型连锁企业,国美在一级市场已基本完成市场布局,根据一级市场的竞争环境变化,国美将持续完善网络布局,尤其通过卖场环境体验的改造,全面推动新一代新活馆(大店)的优化升级工作,将

其打造成一级市场的指向性和引领性卖场。同时,不断丰富商品品类,全面升级卖场的购物体验性能,比如在手机区域提供语音和数据成套解决方案,延伸服务品质,“一站化”满足客户需求。通过系列改造动作,将在2013年实现一级市场单店提升5%的目标。

随着国家对城镇化建设的大力推进,二级市场也必将成为零售业增量的重要渠道。作为国美2013年网络开发的重点,国美将通过重点打通一、二级市场供应链,加快支撑二级市场的物流中心、售后服务点建设,以中心大店带卫星小店连片开发模式,推动二级市场的快速增长与提高市占率,实现门店商品的极大丰富性,形成竞争优势。2013年国美在二级市场计划新开门店200家。

在2012年美国零售业排行榜的前十强中,除了亚马逊外,其他九家都是线上线下协同发展的模式,这种盈利模式已被证明了其在经营效率方面的优势,电子商务能够反哺实体店,而实体店线下的采购能够支持电子商务的发展,线上线下形成符合各自成本的盈利结构,这是一个共赢的结果。电商已不仅仅是一个产品销售的渠道,而是一个真正捕捉用户需求、与用户互动的大社区平台,“B2C+实体店”代表了未来5年甚至10年的盈利模式方向。

转型新起点：被信任是一种快乐

发布会上,国美总裁王俊洲首次公布了国美2013年战略——



国美将打造线上线下协同发展的模式,进一步整合供应链体系,充分发挥国美供应链上的多重优势,建立基于产品特性及消费者需求特征的协同平台,以此打造企业的核心竞争力。

不论是企业新发展战略、品牌理念还是代言人,国美正通过全新的形象向外界传递处于战略转型期的国美对未来企业发展的核心思考——“一切以消费者需求为导向”。与此同时,在构建与新战略相一致的企业品牌理念上,始终贯穿国美26年的“信”文化,在新阶段被赋予了全新的

内涵,正如“信联盟宣言”中所说:“信者,达天下……,言必信,行必果。我们谨此缔约,同心同德,信道于世,担当于世,成功于世。被信任,是一种快乐。有你有我,有信有道,赢定天下。”这充分彰显了以国美为引领的家电零售行业对未来行业价值观的重新定义和塑造。

高圆圆冯绍峰代言国美微电影阐述信任与爱

国美新品牌发布会上,正式宣布高圆圆、冯绍峰成为国美新形象代言人。

被网友认为是最适合代言国美“被信任是一种快乐”品牌理念的女明星高圆圆,现场表示,此次代言国美感到非常开心,也十分期待和冯绍峰的首度合作表现。

本次国美发布会现场,是高圆圆首次在公开场合代表国美亮相。国美集团总裁王俊洲直言非常喜欢高圆圆和冯绍峰的电影作品,并表示,两位代言人身上所表现出的年轻、健康、活力的特质,以及她们对艺术事业进取心、负责的形象和带给公众带来的艺术享受,都与国美品牌未来发展非常契合。